



AGRUPACIÓ : Empresa i Treball

PROGRAMA PRESSUPOSTARI: 651. Ordenació, foment i promoció turística

Pla de Govern: 1. Prosperitat compartida basada en el coneixement, qualitat de vida i l'accés a l'habitatge

Pla Departamental: 7. Afavorir la transformació del sector turístic, perquè sigui de més qualitat i amb més sostenibilitat ambiental, econòmica i social

Diagnòstic de la situació

Necessitat a la qual fa front el programa:

L'activitat turística suposa el 12,3% del PIB de Catalunya, generant un important efecte arrossegador de caràcter transversal que impulsa molts altres sectors: el transport, el comerç, l'agroalimentari, les comunicacions, la cultura. Fins el mes de juliol del 2025 la xifra acumulada de despesa dels turistes estrangers ha estat 13.847 milions d'euros, amb un increment del 5,22% respecte de l'any anterior, i Catalunya ha rebut fins la data 85 milions de turistes estrangers. Aquesta xifra suposa un augment d'un 2,5% respecte l'any anterior amb unes pernoctacions globals de 31,5 milions de persones, sent la variació d'un 8,4ç% més respecte l'exercici anterior.

El turisme continua essent un dels sectors econòmics amb més vitalitat del nostre país, no obstant les previsions de recuperació estan subjectes, com tota l'activitat en general, al context global. La situació de crisi climàtica i energètica, l'increment de la inflació i les conseqüències dels conflictes bèl·lics internacionals ens fan continuar a l'expectativa de l'evolució i de l'impacte d'aquesta situació sobre el turisme i en algunes zones es deixaran notar.

Població objectiu:

El públic objectiu del programa el constitueixen tant els turistes que visiten Catalunya procedents de tots els mercats del món com els propis residents; el sector turístic privat de Catalunya; els sectors econòmics, socials i acadèmics directament o indirectament implicats en l'economia del visitant el sector públic de les destinacions turístiques catalanes; els treballadors que constitueixen els equips humans d'aquests agents; les universitats i els centres de negoci i formació i, finalment, els ciutadans que comparteixen el territori amb els turistes que ens visiten.

Descripció detallada de la necessitat:

Per tal que Catalunya mantingui el lideratge en l'àmbit turístic, cal posicionar Catalunya com a destinació turística de qualitat, desplegant el model de turisme sostenible i responsable pel qual el Departament sempre ha apostat.

El desplegament del Pla territorial sectorial de turisme, de la nova estratègia de màrqueting i la nova Llei de turisme a partir de les aportacions de la Taula de Turisme del Grups d'Experts de Turisme seran el marc d'actuació a curt, mig i llarg termini, i marca ja els pressupostos de 2026 amb un desplegament del pla i les actuacions encaminades a la sostenibilitat del territori, d'una millor qualitat de vida pel resident, una millora de les condicions laborals del sector, de la professionalització i un màrqueting conscient, integrat i responsable.

Les dades tant del nombre de visitants i pernoctacions, com de la despesa realitzada en els últims anys són bones, però el model ha de convergir en una activitat més sostenible que incorpori nous indicadors de desconcentració, desestacionalització i de benestar de la població. Cal assolir una millor redistribució territorial i temporal dels visitants i plantejar solucions als desafiaments socials, ambientals i econòmics als quals el turisme s'enfronta.

Marc regulador del programa:

Llei 13/2002, de 21 de juny, de turisme de Catalunya; Llei 15/2007, del 5 de desembre, de l'Agència Catalana de Turisme; Llei 5/2017, del 28 de març de mesures fiscals, administratives, financeres i del sector públic i de creació i regulació dels impostos sobre grans establiments comercials, sobre estades en establiments turístics, sobre elements radiotòxics, sobre begudes ensucrades envasades i sobre emissions de diòxid de carboni; Decret 75/2020, de 4 d'agost, de turisme de Catalunya; Decret 43/2020, de 10 de març, sobre l'activitat de guia de turisme de Catalunya.

Missió

Impulsar un model turístic que reforci la competitivitat sostenible de Catalunya com una destinació reconeguda per la seva qualitat, la singularitat de la seva proposta i la capacitat d'innovar amb noves de propostes d'experiència turística, amb l'objectiu de consolidar l'activitat turística com un dels principals motors econòmics del nostre país, generador i distribuïdor de riquesa, afavoridor de l'equilibri territorial i del creixement econòmic, amb criteris de sostenibilitat ambiental, econòmica, social i cultural.



Objectius estratègics i operatius del programa

- Millorar el marc normatiu en l'àmbit turístic i el control del seu compliment (OE7.1)
 1. Continuar el desenvolupament de l'Avantprojecte de Llei del turisme de Catalunya i iniciar la redacció del Pla Territorial Sectorial de Turisme.
- Definir i implementar a Catalunya un model turístic de qualitat, sostenible, responsable i regeneratiu (OE7.2)
 1. Aplicar polítiques de foment, en forma d'ajudes econòmiques a les destinacions i empreses turístiques per estructurar una oferta més equilibrada en la línia de l'objectiu estratègic.
 2. Impulsar els productes 4D (desestacionalitzats, desconcentrats, diversificats i de major despesa) + 4 (resident, sostenibilitat, fidelització i marca) innovadors i d'alt valor afegit.
 3. Definir el desplegament del vector de transformació de demanda, segons la estratègia de màrqueting "(+) Catalunya, millor turisme", centrant-se en la captació del visitant conscient segmentant per mindsets i prioritzant les audiències abans que als mercats.
 4. Incorporar el resident com a nova audiència de l'estratègia de comunicació de l'Agència Catalana de Turisme.
 5. Impulsar, pel que fa al vector de l'oferta, el posicionament de les propostes d'experiències conscients que puguin satisfer les necessitats d'aquesta demanda conscient i que facilitin la transformació cap un model regeneratiu.
 6. Aprovar i aplicar el Pla d'acció climàtica al sector turístic.
 7. Centrar el vector de la sostenibilitat en l'aplicació de les diferents fases del Pla d'Acció Climàtica en turisme.
- Reactivar els òrgans de governança turística previstos en el Decret 75/2020, de 4 d'agost, de turisme de Catalunya (OE7.3)
 1. Desplegar, com recull la nova estratègia de Màrqueting 24-28, el SCTC amb Patronats de Turisme de les Diputacions i de Barcelona, incloent la relació amb el sector privat i el resident a partir del nou Pla de Màrqueting de l'Economia del Visitant Catalunya.
 2. Desplegar el funcionament de la Taula de Turisme de Catalunya i el treball del Grup d'Expert de Turisme.
 3. Finalitzar la constitució de la plataforma integrada de col·laboració amb els socis públics (patronats i Turisme de Barcelona) i privats.
- Dotar el sector turístic, les administracions públiques catalanes i el món acadèmic d'informació i coneixement sobre activitat turística amb indicadors econòmics, socials, laborals, mediambientals, útils al sector públic i privat (OE7.4)
 1. Donar resposta als objectius 4+4 de transformació, definint noves mètriques que ajudin a monitoritzar millor els objectius de temporalitat, de despesa i de sostenibilitat tant ambiental com social i cultural.
 2. A partir de l'ampliació d'Intel·litud, fer accessible la intel·ligència turística a les empreses públiques i privades de Catalunya i estimular-ne el seu ús i aplicació.
 3. Promoure el coneixement i la disponibilitat de dades i indicadors que permetin comunicar la transformació del model en termes més qualitius que els més quantitatius utilitzats fins ara amb la creació i desplegament de l'Observatori i SI Turística de Catalunya
- Projectar el turisme com a element transformador i tractor de l'economia catalana, impulsant sectors com l'agroalimentari, cultural, esportiu i tecnològic amb productes turístics atractius i innovadors, i transformant el màrqueting turístic de Catalunya (OE7.5)
 1. Consolidar el programa de turisme enogastronòmic. Aprofitar el programa de treball de la Regió Mundial de la Gastronomia per a consolidar l'experiència enogastronòmica com a troncal en el procés de transformació del model de l'economia del visitant.
 2. Potenciar el turisme cultural a partir de les accions associades a l'any de turisme cultural.
- Fomentar la millora de la competitivitat dels establiments turístics de Catalunya en els àmbits de la sostenibilitat, la innovació i la digitalització (OE7.6)
 1. Aprofitar el nou www.catalunya.com com a epicentre del nou ecosistema digital per a transformar la cultura de màrqueting.
- Millorar la gestió pública del turisme a partir de la concertació de polítiques turístiques amb els ens locals provincials, comarcals i municipals (OE7.7)
- Consolidar Catalunya com a seu dels grans esdeveniments de negocis a Europa (OE7.8)

Indicadors del programa	Unitat	Obj.	2023 Real	2024 Real	2025 Previst	2026 Previst
1. Nombre de visites al portal turístic de Catalunya	En milions	OE7.6	2,20	4,07	3,00	3,00
2. Nombre d'enquestes del gestor estadístic de les Oficines de Turisme	Nombre	OE7.4	880.567,00	817.530,00	850.000,00	855.000,00
3. Nombre d'habitatges d'ús turístic registrats al RTC	Nombre	OE7.7	9.226,00	2.067,00	2.000,00	1.500,00
4. Despesa mitjana diària per turista estranger a Catalunya	EUR	OE7.2	209,00	212,00	250,00	260,00
5. Percentatge de turistes arribats a Catalunya com a 1a destinació entre juny i setembre	%	OE7.2	43,40	46,74	45,00	43,00
6. Nombre d'actuacions en els senyals turístics existents	Nombre	OE7.7	81,00	58,00	31,00	130,00
7. Percentatge de persones enquestades que reconeix la Marca Catalunya com a destinació turística	%	OE7.6				60,00

Despeses per capítols del programa (EUR)	Import consolidat
1 Remuneracions del personal	9.355.023,02
2 Despeses corrents de béns i serveis	57.252.406,18
3 Despeses financeres	259.532,99
4 Transferències corrents	70.500.897,84
6 Inversions reals	5.881.327,02
7 Transferències de capital	260.000,00
8 Variació d'actius financers	0,00
9 Variació de passius financers	0,00
Total despeses	143.509.187,05
Llocs de treball pressupostats del programa	138



AGRUPACIÓ	: Empresa i Treball	
PROGRAMA PRESSUPOSTARI:	651. Ordenació, foment i promoció turística	
GESTOR DE PROGRAMA	: 8755. Agència Catalana de Turisme	Subsector: EDP

Objectius estratègics i operatius del programa		
- Definir i implementar a Catalunya un model turístic de qualitat, sostenible, responsable i regeneratiu (OE7.2) 3. Definir el desplegament del vector de transformació de demanda, segons la estratègia de màrqueting "(+) Catalunya, millor turisme", centrant-se en la captació del visitant conscient segmentant per mindsets i prioritzant les audiències abans que als mercats. 4. Incorporar el resident com a nova audiència de l'estratègia de comunicació de l'Agència Catalana de Turisme. 5. Impulsar, pel que fa al vector de l'oferta, el posicionament de les propostes d'experiències conscients que puguin satisfer les necessitats d'aquesta demanda conscient i que facilitin la transformació cap un model regeneratiu. 7. Centrar el vector de la sostenibilitat en l'aplicació de les diferents fases del Pla d'Acció Climàtica en turisme. - Reactivar els òrgans de governança turística previstos en el Decret 75/2020, de 4 d'agost, de turisme de Catalunya (OE7.3) 1. Desplegar, com recull la nova estratègia de Màrqueting 24-28, el SCTC amb Patronats de Turisme de les Diputacions i de Barcelona, incloent la relació amb el sector privat i el resident a partir del nou Pla de Màrqueting de l'Economia del Visitant Catalunya. 2. Desplegar el funcionament de la Taula de Turisme de Catalunya i el treball del Grup d'Expert de Turisme. - Dotar el sector turístic, les administracions públiques catalanes i el món acadèmic d'informació i coneixement sobre activitat turística amb indicadors econòmics, socials, laborals, mediambientals, útils al sector públic i privat (OE7.4) 1. Donar resposta als objectius 4+4 de transformació, definint noves mètriques que ajudin a monitoritzar millor els objectius de temporalitat, de despesa i de sostenibilitat tant ambiental com social i cultural. 2. A partir de l'ampliació d'Intel·litur, fer accessible la intel·ligència turística a les empreses públiques i privades de Catalunya i estimular-ne el seu ús i aplicació. - Projectar el turisme com a element transformador i tractor de l'economia catalana, impulsant sectors com l'agroalimentari, cultural, esportiu i tecnològic amb productes turístics atractius i innovadors, i transformant el màrqueting turístic de Catalunya (OE7.5) 1. Consolidar el programa de turisme enogastronòmic. Aprofitar el programa de treball de la Regió Mundial de la Gastronomia per a consolidar l'experiència enogastronòmica com a troncal en el procés de transformació del model de l'economia del visitant. 2. Potenciar el turisme cultural a partir de les accions associades a l'any de turisme cultural. - Fomentar la millora de la competitivitat dels establiments turístics de Catalunya en els àmbits de la sostenibilitat, la innovació i la digitalització (OE7.6) 1. Aprofitar el nou www.catalunya.com com a epicentre del nou ecosistema digital per a transformar la cultura de màrqueting. 2. Desenvolupar la primera fase de la SmartCatalunyaCard, la SuperDapp que, amb l'objectiu de la mobilitat sostenible com a primer actiu, faciliti una experiència turística més conscient als visitants i contribueixi a l'equilibri de la relació amb la comunitat local		

Indicadors del gestor	Unitat	Obj.	2023 Real	2024 Real	2025 Previst	2026 Previst
1. Nombre de senyals d'orientació turístics instal·lats a les carreteres catalanes	Nombre	OE7.7	1.150,00	1.112,00	1.320,00	1.030,00
2. Nombre total de membres registrats a les xarxes socials de l'ACT	En milers	OE7.5	2.153,00	2.200,00	2.400,00	2.500,00
3. Valoració de les accions promocionals (des d'Oferta)	Nombre	OE7.5	4,41	4,49	4,20	4,00
4. Valoració de les accions promocionals (des de Demanda)	Nombre	OE7.5	4,81	4,75	4,20	4,00
5. Volum d'ingressos propis derivats de patrocinis i comercialització	MEUR	OE7.3	0,90	0,98	0,90	0,90

Principals béns/serveis i actuacions destacades	
- Segmentació per mindsets en els mercats - CATALONIA CONNECTIONS:Connectant Catalunya de manera sostenible, equilibrada i oberta al futur. - Segmentació MICE d'indústries clau i impuls dels esdeveniments de l'àmbit associatiu - Producte:Catalunya Cultura Universal, ATTA26, Grand Tour, CRMG25 i Grand Départ del Tour de França - Comunicació Integrada de Màrqueting. Formats i canals aplicant IA. Comunicació activa a resident - Consolidació del Branding de la Marca Catalunya - CATALUNYA PARTNERS (+) De la promoció compartida al cobranding estratègic amb impacte positiu i creació de valor - Fase II de la Xarxa de Turisme Per a Tothom: Del Programa a la XARXA - Impacte positiu i llegat i innovació del MICE. Programa Europeu BeFuture - Sistema de cooperació promocional off-line - Intel·litur D3: Feedback Visitant - Intel·litur D3: Marketing de les dades amb IA visió 26 - Optimització i selecció d'accions off-line - Innovació SuperApp - Pla de gestió de persones	

Despeses per capítols del gestor (EUR)	Import sense consolidar
1 Remuneracions del personal	8.466.738,97
2 Despeses corrents de béns i serveis	19.206.858,45
3 Despeses financeres	2.999,99
4 Transferències corrents	1.337.950,00
6 Inversions reals	60.000,00
7 Transferències de capital	0,00
8 Variació d'actius financers	0,00
9 Variació de passius financers	0,00
Total despeses	29.074.547,41

Llocs de treball pressupostats del gestor	125
--	-----